

БЬЮТИ-БЛОГ КАК СУБЖАНР ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСА

Научный руководитель – Ермолаева Елена Николаевна

Кузнецова Мария Юрьевна

Студент (бакалавр)

Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

E-mail: marykuznetsova27@mail.ru

Дискурс (от франц. discours — речь) — связный текст в совокупности с экстралингвистическими — прагматическими, социокультурными, психологическими и др. факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания. [Арутюнова, 1991]

Существует некоторое разнообразие жанров интернет-дискурса. Одним из наиболее известных жанров интернет-дискурса считается жанр блога. «В качестве блога может выступать личная страничка человека в любой социальной сети. <...> Но в большинстве случаев все-таки под блоготом понимается личный сайт, который используется для публикаций самых разных постов. Существует огромное количество блогов, где публикуются кулинарные рецепты, очерки о путешествиях с красочными фотографиями, рецепты домашней косметики, лайфхаки из личного опыта, рецензии на кинофильмы и т.д.» [2].

Блоггеры - это люди, ведущие блог, а их совокупность в Глобальной Сети называют блогосферой. Темой блогов может стать абсолютно все: от политики до бытовой жизни. Отдельным субжанром блога является бьюти-блог. Бьюти-блоги (от двух англ. слов: beauty - красота, blog - блог, дневниковая запись, опубликованная в Интернете). Это формат Интернет-дневников, записи в которых касаются исключительно вопросов женской красоты [3].

Zoella (Зои Сагг) - британская девушка-ютьюбер, бьюти-блоггер, писательница. Она рассказывает про моду, красоту, делает разные обзоры на модные и стильные вещи. В 2011 году бьюти-блоггер получила награду Cosmopolitan в номинации «Лучший Блог о Красоте». Традиционная речь видеоблоггера имеет особую композиционную структуру. Она включает такие аспекты монологической речи, как введение, обращаясь к зрителям, видеоблоггер анонсирует новости на будущее, прежде чем начать основную тему ролика. Чаще всего, введение наполнено клишированными фразами речевого этикета. (Например: «Hello, everybody. Today I'm going to be showing you how I do this to my face, which is essentially what I've been doing everyday of winter, so without further ado this is my everyday winter makeup routine, enjoy! ») Медленно подходя к самой теме, Зои Сагг в своих видео делится своим опытом насчет вопроса или проблемы, с которой люди сталкиваются в жизни, используя или же не используя тот или иной продукт. После этого девушка показывает первый продукт из ее списка рекомендаций, все так же опираясь на свой личный опыт с ним. Далее, рассказав плюсы и минусы этого продукта, Зои говорит, как лучше всего его использовать, нередко она показывает способ применения прямо в видео. Основная часть рекламного сообщения чаще состоит не из текста с доводами и аргументами, а с визуальными элементами с некоторым минимумом поясняющего текста или же лишь с одним слоганом и указанием производителя или продавца товара.

В конце рекламирования продукта она завершает все своей личной оценкой в положительном или же отрицательном аспекте. (Например: «I have been absolutely loving this which is the YSL Touche Eclat Le Teint Foundation in BR20») После показа нескольких ее

фаворитов или же, наоборот, продуктов, которые ей не по душе, она говорит, что оставит все ссылки на них под видео в описании, предварительно подписав каждую из них. («I'm also doing vlogmas, so I'll link my favourite items below») Это очень удобно для зрителей, так как они могут посмотреть продукты сразу после просмотра видео или даже вовремя него. На одном видео количество просмотров достигает 1 миллиона. Количество положительных оценок в 160 раз превышает количество отрицательных, что, несомненно, является отличным показателем как активности зрителей, так и их одобрения контента.

Бьюти-блоги и бьюти-блоггеры существуют для того, чтобы учить малоопытных в этой сфере, но желающих обучиться всему людям правильному обращению с косметикой и украшениями, правильному подбору стильной одежды на каждый день, а также способности самим выбирать лучшие товары из того множества, что представлено на полках магазинов в наше время. Мода как искусство, всегда являлась непостоянной и быстро сменяющейся, однако с давних лет и по сей день ей поклоняются огромное количество людей, ее десятилетиями изучают опытные историки мод, а вклад в нее каждый день вносят лучшие дизайнеры и модельеры.

Источники и литература

- 1) Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]; 2-е изд. – М.: Большая Российская энциклопедия, 1998. – С. 136-137.
- 2) Электронный ресурс. URL: <http://blog-bridge.ru/blogovedenie/kto-takoy-blogger.html>
- 3) Электронный ресурс. URL: <http://womanwiki.ru/w/Бьюти-блоги>